

# Messe-Marketing von Format: Im Dialog mit Ihren Zielgruppen!

Sind Messen überhaupt noch zeitgemäß – oder nur reine Zeit- und Budgetfresser? Wozu sollen wir eine kostenintensive Plattform bespielen, wenn wir unsere Kunden auch auf anderem Weg erreichen können? Aber gibt es sie überhaupt, diese anderen Wege? Oder muss man Messen einfach nur neu denken?



## »Ja« zu Messeaktivitäten im B2B-Marketing!

Diese Fragen von Marketingverantwortlichen kennen wir – und die Liste ist oft noch länger. Unsere Antwort: Im B2B-Marketingmix sind Messen nach wie vor ein sinnvoller Baustein der Kundenkommunikation. Damit das Engagement wirkt, zählt das strategische Konzept. Denn Messen sind echte Marktplätze, um mit Kunden und anderen Zielgruppen ins Gespräch zu kommen oder bestehende Beziehungen zu vertiefen, um Produkte nicht nur virtuell, sondern optisch und haptisch erlebbar zu machen und um Aspekte der Kundenbindung wie Zuverlässigkeit, Vertrauen, Wertschätzung sowie das Eingehen auf individuelle Anforderungen zu vermitteln. Das verdeutlicht auch die aktuelle Studie »Messe-trend 2018« des Verbandes der Deutschen Messewirtschaft (AUMA): Danach betrachten 84 Prozent aller befragten Unternehmen Messen als sehr wichtiges oder wichtiges Element ihrer Kommunikation – direkt nach der Unternehmenswebsite. Was sich jedoch längst geändert hat, ist das Marketing vor, während und nach der Messe: Crossmedia hat eine große Bedeutung und wirkt sich positiv auf den Erfolg einer Messe aus. So verdoppelten sich der Einsatz und die Nutzung von Social Media von 2013 auf 2018 von 33 Prozent auf 61 Prozent.



## Ausgangssituation Messeplanung

Bei Messen geht es um Kommunikation. Um Präsenz. Um den Dialog zwischen Aussteller und Zielgruppen. Und der kostet nun mal mehr als Standbau und -gebühr sowie Personal. Am Anfang jeder erfolgreichen Messekommunikation steht bei uns immer die Erarbeitung einer schlüssigen Strategie mit den zu erreichenden Zielen und die Frage nach dem Warum: Sollen Kunden gewonnen, das Image des Unternehmens gepflegt oder neue Produkte präsentiert werden? Dies in enger Abstimmung mit unserem Kunden und mit besonderem Augenmerk auf das verfügbare Budget. Deshalb sehen wir die Planung einer Messe als langfristigen Prozess, der einen Zeitraum von vier bis sechs Monaten für die Ausarbeitung des Konzepts, die Produktion aller Werbemittel und die Abstimmung mit dem Messebauer umfasst.

Beispielhaft: die FENSTERBAU FRONTALE in Nürnberg, die als Weltleitmesse für Fenster, Türen und Fassaden gilt. Auch unser Kunde AkzoNobel mit der Marke Sikkens Wood Coatings nimmt regelmäßig an diesem Branchentreffen teil. Ziel für den Messeauftritt 2018: Viele Produktinnovationen aufmerksamkeitsstark in Szene zu setzen.

Doppelstöckiger Stand schafft genug Raum für unsere Innovationstour mit 10 Stationen.



»Die Innovationstour war eine geniale Idee von Heithausen Behler. Sie war für unsere Kunden und auch für den Vertrieb der rote Faden, der zu den einzelnen Stationen des Standes führte. Guter Mix von Erlebnis vor Ort und begleitenden Medien.«

Harald Lory  
Marketing Communications Specialist  
Wood Coatings Europe

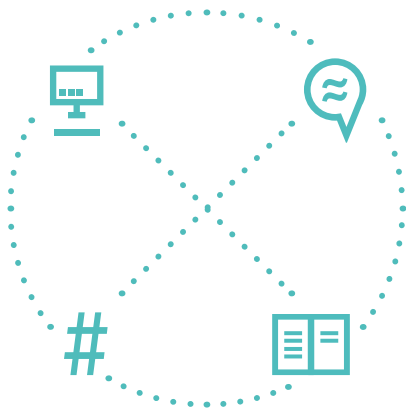
## Idee und Konzept

»Passion for wood« so lautet der Slogan der Marke Sikkens Wood Coatings. Bereits 1792 legten die Leidenschaft für Holz und das Streben nach perfekten Beschichtungslösungen die Basis für den Erfolg des Unternehmers Wiert Willem Sikkens in Groningen. Der Erfolg der Geschäftspartner steht bei der Marke Sikkens Wood Coatings im Mittelpunkt. Daher bietet sie Kunden nicht nur innovative Produkte, sondern auch kundenspezifischen Service an.

Diesen Gedanken haben wir in dem Claim »PASSION FOR WOOD AND YOUR SUCCESS« gebündelt, der über die Messe hinaus die Kommunikation der Marke Sikkens Wood Coatings in diesem Jahr prägen wird. Besucher des Messestandes wurden zu einer »Innovationstour« eingeladen: An zehn Stationen konnten sie – geführt mithilfe eines gedruckten Lageplans – die neuen Produkte optisch und haptisch in ihren vielfältigen Anwendungsmöglichkeiten erleben und sich natürlich mit den Ansprechpartnern vor Ort direkt über deren Vorteile austauschen.



Produkte zum Anfassen kombiniert mit Informationen zur Innovationstour und einem kompakten Messemagazin.



### Medien

Persönliche Kommunikation sinnvoll mit Print- und Online-Medien verzahnen: So setzt sich für uns eine Erfolg versprechende Messekommunikation zusammen. Sikkens Wood Coatings haben wir deshalb mit einem optimalen Medienmix die richtige Stimme für die FENSTERBAU FRONTALE verliehen:

- Newsletter und Online-Einladung mit Anmeldefunktion zum Kundenevent
- Printanzeige in Branchenmedien
- Slider auf der Website
- Flyer mit Führung durch die »Innovationstour«
- Produktbeschreibungen und -tafeln an jeder Station
- Sikkens News, das Magazin zur und nach der Messe
- Newsletter zur Nachbereitung mit allen wichtigen Links

Selbstverständlich lebt jede Messe vom Get-together, von der Möglichkeit, Kontakte zu knüpfen und aufzufrischen. Dafür bot die Lounge auf der zweiten Ebene des Messestands den perfekten Rahmen. Dazu wurde von AkzoNobel ein hauseigener Cocktail angeboten, für den wir die Flaschenetiketten im Sikkens-Layout designt haben.

### Wissenswertes

Wie wir von HeithausenBehler neu, quer- und weiterdenken, um Kommunikationsaufgaben unserer Kunden wirkungsvoll zu lösen? Das zeigen wir Ihnen auch in diesen Case Studies: [www.heithausen.de/referenzen/](http://www.heithausen.de/referenzen/)

### Über HeithausenBehler

Wir sind Kommunikationsexperten und machen uns besonders mit drei Themen für Sie stark: Markenführung, Change-Kommunikation und Social Media. Egal, wie erklärungsbedürftig Ihre Produkte und Leistungen sind, egal, über welchen Kanal – ob klassisch oder digital, intern oder extern – und in welcher Sprache: Wir entwickeln individuelle Kommunikationskonzepte, die Ihre Zielgruppen punktgenau ansprechen.



#### Auf der Suche nach Sparringspartnern?

HeithausenBehler  
Gesellschaft für Kommunikation  
Ronsdorferstr. 74/ Haus 16  
40233 Düsseldorf  
Telefon: +49 211 49229-01  
E-Mail: [mail@heithausen.de](mailto:mail@heithausen.de)